Manifeste mode d'emploi.

L'action collective à l'époque des réseaux socionumériques

Eva Yampolsky

I.

Si le manifeste évoque le plus souvent des mouvements politiques et artistiques de l'avant-garde, que l'on peut situer au tournant du XX[e] siècle, c'est bien parce qu'il est indissociable des bouleversements sociaux qu'il annonce. En d'autres termes, la collectivité qui s'entend dans la *voix* de ces manifestes historiques est fondamentale pour l'action qu'ils opèrent. Cette voix transforme l'énonciation en action, en texte-acte qui annonce autant qu'il produit un changement. Or, la situation de ces manifestes se situe dans un contexte historique précis, déterminé par des transformations politiques et sociales issues de la Révolution française. Si l'on regarde l'usage du mot *manifeste* avant le XIX[e] siècle, on peut voir qu'il ne désignait pas toujours un texte performatif, qui lie l'énonciation du discours à une action collective. La signification de ce terme, on le verra, est déterminée par le rôle que représente la collectivité dans la structure sociale.

Dans cette étude, il s'agira d'examiner très précisément l'usage de ce qu'on appelle encore « manifestes » depuis l'invention d'Internet et le développement des réseaux socionumériques, donc à une époque où le sens de la collectivité change radicalement. Malgré le flux grandissant de communication, les manifestes actuels, que l'on peut trouver sur des sites Internet, sont écrits en forme de déclarations individuelles. Loin d'appeler d'autres individus à l'action, comme on le verra, leurs auteurs énumèrent leurs ambitions, leurs objectifs personnels, intimes et professionnels, mais aussi leurs principes moraux et idéologiques. Selon mon hypothèse, le sujet collectif des manifestes historiques s'est transformé en sujet « collectif-individuel », qui se produit et se rassemble en une sorte de « manifeste-inventaire ».

Je tenterai donc ici d'analyser le nouveau statut des manifestes contemporains, à l'ère d'Internet, et de questionner leurs nouveaux objectifs, leur voix, et surtout la place qu'y tient la collectivité. Ces manifestes, et tout particulièrement ceux que l'on trouve sur des sites Internet américains, révèlent un nouveau sens du collectif. Ils n'interpellent plus les sujets à l'action, n'engagent plus au rassemblement, à la construction d'un groupe ou d'un collectif, qui militerait pour une transformation politique, artistique ou sociale. Les textes actuels qui se proclament « manifestes » sont purement auto-référentiels et auto-réflexifs, où une forme de collectivité se réduit à un seul et même sujet[1]. Le libre accès aux manifestes sur Internet se substitue au travail de publication et de diffusion des manifestes historiques, ce qui suppose qu'ils peuvent atteindre potentiellement un nombre de lecteurs sans précédent. Bien qu'Internet permette la large diffusion d'un manifeste, il ne garantit pas pour autant une incitation du public à l'action ni davantage une plateforme de cohésion qui pourrait aboutir à une action en dehors de cet espace virtuel. Autrement dit, l'appel à l'action des « manifestes numériques » semble pauvre en effet, si on

1. Ces manifestes sur Internet sont écrits par un individu, qui déclare et affirme ses propres intentions et objectifs, n'entraînant aucun autre dans son programme. Or, bien que les manifestes historiques parlent au nom d'une collectivité, il faut signaler la dimension auto-référentielle du *Manifeste Dada 1918*, écrit par Tristan Tzara. Dans ce texte, il déclare : « *Je parle toujours de moi puisque je ne veux convaincre, je n'ai pas le droit d'entraîner d'autres dans mon fleuve, je n'oblige personne à me suivre et tout le monde fait son art à sa façon* » (« Manifeste Dada 1918 », in *Dada est tatou. Tout est Dada*, introduction, établissement du texte, notes, bibliographies et chronologie par H. Béhar, GF-Flammarion, Paris, 1996, p. 205). Ici, Tzara parle en son nom, à la première personne du singulier, et ne veut convaincre personne de suivre son idéologie. Il faut néanmoins distinguer l'auto-référentialité de Tzara, dans ce manifeste, de la voix purement individuelle des manifestes sur Internet, car ce que Tzara veut surtout éviter, c'est d'imposer une doctrine à ceux qui ne veulent pas y adhérer. Bien que Tzara signe ce manifeste, il utilise tout autant la première personne du singulier que la première personne du pluriel. En d'autres termes, l'auto-référentialité de Tzara n'exclut pas la collectivité, comme c'est le cas dans les manifestes individuels sur Internet, dont le but se réduit à faire l'inventaire et à dresser une liste d'objectifs personnels.

les compare aux manifestes historiques. D'où l'importance, à mon sens, de questionner l'*espace* dans lequel ces manifestes s'exposent et le rôle qu'il joue entre la construction d'une collectivité et l'éventualité d'une action.

Ces manifestes numériques se distinguent des manifestes historiques en ce sens qu'ils expriment uniquement le point de vue d'un individu, qui expose ses objectifs en forme de programme existentiel, ou d'expression de soi. Il faut donc élargir la définition du « manifeste » et lui attribuer d'autres propriétés. Et si je concentre mon analyse autour des manifestes trouvés sur Internet, c'est pour deux raisons principales : tout d'abord, parce qu'ils reflètent l'abondance des expressions de soi, rendue possible par les nouveaux médias numériques, comme les blogs, les réseaux socionumériques ou les sites personnels, mais aussi parce qu'ils exercent une faible influence collective. En d'autres termes, on se confronte à un paradoxe, où la facilité de s'exprimer et de s'exposer aux autres produit la capacité d'accumuler des « spectateurs » qui partagent les opinions du « manifestant », sans jamais aboutir, ou très rarement, à une action qui déborde le champ du numérique.

Une recherche simple du terme anglais « *manifesto* » sur *google.com* donne plus de 72 millions de résultats, comparés aux 24 millions de résultats pour le terme français « manifeste » sur *google.fr* – ce qui pourrait sembler paradoxal si l'on considère, en France, l'histoire riche en manifestes politiques et artistiques. Or, cette inégalité de résultats entre deux langues et deux cultures témoigne, à mon sens, d'un nouveau type de manifeste propre à la culture américaine, un manifeste personnel ou individuel que j'appellerai justement « manifeste-inventaire ». Pour mieux comprendre ce nouveau genre de texte, examinons brièvement l'histoire du mot « manifeste », et ses diverses définitions.

Dans son article « Sur la préhistoire du manifeste littéraire », Daniel Chouinard retrace les usages et les définitions du mot « manifeste » à travers l'histoire moderne, identifiant un tournant au milieu du XVIe siècle dans sa forme lexicale, qui introduit de nouveaux sens. La forme substantive du mot « manifeste » restait

alors très rare [1], désignant surtout « *un état détaillé de la cargaison que le capitaine doit remettre à la douane à son arrivée* », selon le *Dictionnaire de l'ancienne langue française* de Godefroy [2]. Cette définition du manifeste comme inventaire est d'ailleurs toujours en vigueur dans la langue française. Par contre, en anglais, le mot change légèrement de signification entre son sens d'inventaire, *a manifest*, d'un côté, et son sens de programme collectif, *a manifesto*, de l'autre. Dès la seconde moitié du XVIe siècle, en France, le manifeste désigne une explication ou une justification politique, énoncée par un prince qui informe le public ou d'autres États de ses actions et de ses décisions. Vers la fin du XVIIe siècle, la définition s'élabore en impliquant d'autres énonciateurs, tels « *un Prince, un État, un parti, ou une personne de grande qualité* », dont le but, là encore, est de rendre « *raison de sa conduite* [3] ». Le manifeste comme justification [4] se rapproche d'une déclaration, qui annonce la conduite d'une autorité, exhibant et confirmant par là son pouvoir, mais aussi rassurant le public des décisions de son dirigeant. Ce type de manifeste a donc pour but d'apaiser et de réitérer la soumission du peuple.

Au cours de l'histoire, la définition du manifeste s'est transformée et contient à chaque période des sens différents. On situe le plus souvent les manifestes avant-gardistes entre la seconde moitié du XIXe siècle et le début du XXe siècle. À cette époque, l'usage du terme se réfère toujours à un texte contestataire, mais aussi aux objectifs d'un mouvement politique, social ou artistique. Dans un article important, Claude Abastado énumère des critères récurrents et communs à la notion du manifeste

1. D. Chouinard, « Sur la préhistoire du manifeste littéraire (1500-1828) », *Études françaises*, vol. 16, n° 3-4, 1980, p. 21-29. Voir p. 22.
2. F. Godefroy, *Dictionnaire de l'ancienne langue française*, Paris, 1888, t. 5, p. 149, texte cité par D. Chouinard, *op. cit.*, p. 22-23.
3. *Dictionnaire de l'Académie* (1694), cité par D. Chouinard, *op. cit.*, p. 24.
4. D. Chouinard cite le dictionnaire de Richelet (c. 1679) qui définit le manifeste comme « *Écrit où l'on découvre son dessein, & où l'on se justifie de quelque chose* » (D. Chouinard, *op. cit.*, p. 24). La justification sous-entend une explication qui donne des raisons pour une action ou une décision politique, sans pour autant demander l'avis ou l'opinion du public.

avant-gardiste[1]. Il s'agit d'un texte qui se rapporte, toujours avec violence, à une certaine idéologie ou un point de vue et, en déclarant sa position, il crée le plus souvent une polémique. Abastado inclut dans sa définition du manifeste, les actes spectaculaires et violents qui cherchent à produire un changement envers un ordre établi. À chaque période de l'histoire, on voit donc se développer différentes définitions du manifeste, mais à l'intérieur de chacune de ces périodes, il est difficile d'en réduire la notion à un seul sens. L'auteur conclut que le manifeste est « *changeant, multiforme, insaisissable*. […] *La recherche d'*une *définition est décevante ; celle d'une essence, illusoire. Le manifeste n'existe pas dans l'absolu*[2] » . Si l'on se tourne du côté anglophone, on peut voir qu'aujourd'hui, le *Oxford American Dictionary* définit un manifeste comme une « *déclaration publique des principes et des objectifs politiques avancés par un parti ou un candidat politique, surtout avant une élection*[3] ». Intégré de plus en plus dans un usage régulier, et non-révolutionnaire, un manifeste se réfère désormais au programme politique d'un parti[4], ainsi qu'à la manière dont un individu se positionne envers sa propre vie[5]. Comme on le verra plus loin, à partir d'une lecture de ces manifestes « individuels », l'énonciateur emprunte des caractéristiques aux manifestes historiques, notamment en avançant des objectifs qui veulent réformer un état existant, jugé insuffisant

1. C. Abastado, « Introduction à l'analyse des manifestes », *Littérature*, n° 39 (« Les manifestes »), 1980, p. 3-11.

2. *Ibid.*, p. 5.

3. *Oxford American Dictionary*, art. « manifesto ». Je traduis.

4. Voir, par exemple, la définition que *The Routledge Dictionary of Politics* donne du mot « manifesto ». David Robertson, *The Routledge Dictionary of Politics*, 3e éd., Psychology Press, 2004, p. 295.

5. Voir l'entrée dans Wikipédia en anglais du mot « manifesto » (http://en.wikipedia.org/wiki/Manifesto#cite_ref-3). Bien que Wikipédia soit moins fiable et moins stable qu'un dictionnaire officiel, tel *The Oxford English Dictionary*, il cerne mieux l'usage contemporain, populaire, et toujours fluctuant, des termes qu'il définit. La pratique de l'écriture des manifestes individuels (« personal manifestos ») semble importante et massive, selon les millions de sites Internet qui lui sont consacrés, et c'est bien Wikipédia, une encyclopédie populaire, qui en témoigne le mieux.

ou inacceptable. Ils portent également une forme d'adresse performative et injonctive. Ces deux types de manifestes se ressemblent également en ce sens qu'un sujet collectif y est toujours produit, tout en s'en déclarant l'auteur.

Qu'il s'agisse du *Manifeste du Parti communiste* de 1848, du *Manifeste futuriste* de Marinetti de 1909, du *Manifeste dada* de Tzara de 1918, ou du *Manifeste des 121* de 1960, les auteurs avancent un besoin de changer une situation existante et dominante, tout en proposant un nouvel ordre social. Beaucoup d'études ont montré que l'énonciation du manifeste, toujours directe, injonctive, performative, souvent même violente, se réfère à la première personne du pluriel « nous » ou du singulier « je », pour se distinguer d'un « vous » ou d'un « ils », qui représentent cet ordre existant qu'il faut révolutionner ou changer. Signé par un individu ou par un collectif, le manifeste historique non seulement s'adresse toujours à un groupe social ou artistique désigné, qu'il cherche à convaincre, mais de plus son discours à la première personne du pluriel intègre déjà une certaine collectivité. Autrement dit, le texte manifestaire est performatif, en ce sens que sa voix collective lie l'écrit à l'action sociale ou artistique qu'il produit.

Or, les choses vont changer à l'ère d'Internet. Avec les nouveaux médias et modes de communication, en effet, la diffusion d'un manifeste atteint un nombre de lecteurs potentiels sans précédent, en comparaison du tirage et de la diffusion limités des manifestes imprimés. Néanmoins, et malgré ces limites d'accès et de diffusion, les manifestes historiques ont été plus propices à inciter le public à l'action que les manifestes numériques, qui, eux, sont plus efficaces dans la propagation de l'information[1]. Ces manifestes-inventaires

---

1. De nombreuses études sur les réseaux socionumériques se sont intéressées à la question de la révolte et à la force potentielle qu'ils représentent dans l'action sociale. Malgré l'efficacité des réseaux tels que *Facebook* et *Twitter* dans la propagation des informations, la plupart de ces études expriment leurs doutes sur le rôle instigateur et déclencheur de tels réseaux dans une révolte ou une

transforment radicalement l'idée même de collectivité, en ce sens que l'individu désormais s'expose ou manifeste ses objectifs de vie sur Internet à des spectateurs anonymes et passifs. Or, si les manifestes historiques sont toujours accompagnés d'une action collective, c'est bien grâce aux *corps* qui portent la voix militante de ces textes, des corps qui plongent l'écriture dans la société. Des corps qui incarnent le discours performatif du manifeste et tissent avec d'autres corps-manifestes un réseau collectif revendicateur et engagé. D'ailleurs, pour beaucoup de ces manifestes historiques, la révolte, la révolution et la violence physique sont indissociables. Le *Manifeste futuriste* de Marinetti, écrit en 1909, en est un bon exemple. Dès la première phrase, il parle d'un « *amour du danger*[1] » et d'une nécessité de passer à l'action, car aucun changement ne pourra se produire sans un engagement physique et violent, qui met le sujet en danger. Plus loin, il écrit : « *Voulez-vous donc gâcher ainsi vos meilleures forces dans une admiration inutile du passé, dont vous sortez forcément épuisés, amoindris, piétinés ?* […] *Et boutez donc le feu aux rayons des bibliothèques ! Détournez le cours des canaux pour inonder les caveaux des musées !… Oh ! qu'elles nagent à la dérive, les toiles glorieuses ! À vous les pioches et les marteaux !… sapez les fondements des villes vénérables.*[2] » Sans révolte, sans action violente donc, une transformation radicale, une coupure avec un ordre établi et dominant est impossible. Or, la violence et le danger physiques peuvent être rapportés à la définition même du mot « avant-garde ». La première signification que donne le *Trésor de la langue française* concerne un usage militaire, qui désigne une « *partie d'une armée ou d'une flotte, chargée en avant du corps*

---

révolution. Voir, par exemple, Mokhtar Ben Henda, « Internet dans la révolution tunisienne », in *Hermès*, n° 59 (« Ces réseaux numériques dits sociaux »), 2011, p 59-160 ; Dara N. Byrne, « Public discourse, community concerns, and civic engagement : Exploring black social networking traditions on BlackPlanet.com », in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), art. 16, 2007, http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/byrne.html

1. F. T. Marinetti, « Manifeste du futurisme », *Marinetti et le Futurisme*, Lausanne, L'Âge d'Homme, 1977.
2. *Ibid.*

principal, de renseigner celui-ci au cours des opérations et, plus généralement, d'assurer sa sécurité ». Il s'agit déjà d'un combat, militaire et violent, et tout particulièrement d'une fraction militaire qui se confronte au danger, en mettant son corps collectif au-devant de l'ennemi. C'est donc par l'« avant-garde » que toute action commence.

Le réseau de diffusion que permet Internet semble faciliter la propagation d'un manifeste, mais cet espace virtuel en constante transformation est rempli d'images et de corps qui ne se heurtent pas, jamais ne se rencontrent, ni ne se touchent. Ce type de manifeste est donc privé de ces corps de chair qui peuvent transformer le texte en action. Dépourvus de corps sensibles, actifs, mais aussi fragiles et vulnérables, les manifestes numériques se réduisent à un simple texte, leur genre se modifie, et la notion de lien social va se redéfinir. De là cette transformation du manifeste collectif, historique, où le texte appelle l'autre à l'action, à ce manifeste « individuel », dont les lecteurs potentiels sont des spectateurs passifs, toujours interchangeables, et dont le regard semble à lui seul satisfaire l'objectif du manifeste. Pour mieux comprendre cette transformation, de l'appel à l'action propre, aux manifestes historiques, à la mise en scène de soi et du jeu des apparences des manifestes individuels, il faut encore analyser les différentes manières, pour la collectivité, de se produire et de se composer.

II.

Ce qu'on appelle « réseau social », au sens strict, ne doit pas se confondre avec les réseaux socionumériques, liés à Internet. Un réseau social représente la manière dont une collectivité se compose et détermine justement l'influence que peut exercer un manifeste sur un groupe. Dans le cas des manifestes historiques, qui cherchent à construire une « communauté » par idéologie artistique, politique ou sociale, ou dans le cas des manifestes « individuels », par lequel l'auteur expose ses objectifs et ses points existentiels, sans pour autant attendre une réponse des lecteurs ou des internautes, ce qui compte d'abord et avant

tout, ce sont les moyens de diffusion et les réseaux médiatiques de l'information.

Depuis le milieu du XXe siècle, un grand intérêt pour la construction des réseaux sociaux s'est développé dans les domaines de la sociologie et la psychologie. Comment les communautés, les collectivités et les groupes sociaux se construisent-ils à l'ère de la mondialisation, de l'individualisme et des capacités de communication, qui transgressent les contraintes spatiales et temporelles ? C'est l'anthropologue anglais, John Barnes, qui aura proposé en 1954 le terme de « *réseau social* », pour désigner les relations interpersonnelles d'une communauté. Il s'agit non d'une relation intime entre deux entités, que les sociologues appellent une « dyade », où un sujet échange quelque chose avec un autre sujet, mais bien d'une dynamique à trois éléments, ou d'une « triade ». Dans ce rapport triadique, les relations deviennent de plus en plus impersonnelles[1], où le tiers assume à la fois le rôle du participant et du témoin, ou d'un spectateur. Au début du XXe siècle, Georg Simmel parlait déjà d'une communication triadique, qui elle, comparée au rapport dyadique, est moins menacée par la dissolution, si l'un des membres devait se retirer[2]. Ce qui permet d'analyser non seulement le lien entre deux ou trois éléments, mais aussi la « *liaison entre les liens eux-mêmes*[3] ». De son côté, le psychologue américain Stanley Milgram avance la théorie du « *petit monde* », selon laquelle tous les individus sont reliés dans un grand réseau, un réseau de réseaux, en quelque sorte[4]. Avec la naissance des réseaux socionumériques, dans les années 2000, la question du réseau social va se complexifier. Ce nouveau type

1. P. Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, 2011, p. 9.
2. Cf. G. Simmel [1908], *Sociologie. Essai sur les formes de la socialisation*, trad. de l'allemand par L. Deroche-Gurcel et S. Muller, Paris, PUF, « Sociologies », 1999.
3. S. Nadel, *The Theory of Social Structure*, Londres, Cohen and West, 1957. Cité par Mercklé, *op. cit.*, p. 9.
4. S. Milgram, « The small-world problem », in *Psychology Today*, vol. 1, 1967, p. 62-67.

se distingue des autres réseaux, toujours liés à l'espace public, en ce sens qu'il invente un nouveau mode de communication, mais aussi une nouvelle conception de l'espace, du temps et des corps eux-mêmes.

À partir de là, on peut désormais revenir à la diffusion des manifestes historiques. Afin de propager ceux-ci et leurs idées, il a fallu que des individus les transmettent au *moyen* de dispositifs médiatiques, la presse, des tracts ou des affiches. Ce qui nécessitait un déplacement dans l'espace public, et qui mettait forcément ces individus en contact physique avec d'autres individus. Pour se procurer un manifeste, il était donc nécessaire de s'engager, du moins il était toujours question de désir, de volonté et d'un certain mouvement entre un lieu et un autre, un dedans et un dehors, du privé vers le public. Ce moyen de propagation des idées et des informations est donc toujours conditionné et restreint par une capacité physique de transmission. En revanche, la propagation des textes sur Internet est instantanée et en libre accès. D'où l'hypothèse selon laquelle, la production des manifestes numériques dépend d'une diffusion en réseaux auto-référentiels, qui détermine le rôle qu'occupent le corps et le sens de l'espace dans la communication.

Cette hypothèse nous permet aussi de reconsidérer le concept de collectivité. Avec l'auto-exhibition des sujets que produit Internet, et même promeut, mais aussi avec la rapidité de la communication sur l'espace numérique, et la démultiplication des liens en réseau, on peut en effet se demander de quelle collectivité il s'agit. Selon la théorie de la « *force des liens faibles* », du sociologue Mark Granovetter[1], la densité des liens traditionnels ne renforce pas le réseau, mais ce sont bien au contraire les liens faibles, qui jouent le rôle de cohésion sociale[2].

---

1. M. Granovetter, « The strength of weak ties », in *American Journal of Sociology*, vol. 78, 1973, p. 1360-1380.

2. Par « *liens forts* », il faut entendre des liens sociaux qui sont basés sur des normes dominantes, telles que la famille, la religion, l'amitié proche. Les « *liens faibles* », en revanche se rapportent plutôt aux relations plus légères, comme les connaissances, les collègues, les voisins. Très généraux, ces critères sont

À la suite de cette notion, Pierre Mercklé rappelle que « *plus les réseaux de sociabilité sont denses, plus ils sont étroits et ressemblent à des "cliques" fermées sur elles-mêmes, imperméables aux relations extérieure*s », favorisant un « *repli communautariste*[1] ». Inversement, les liens faibles sont constitutifs de l'étendue d'un réseau social, car ils créent des liens faciles et moins restrictifs[2]. Selon ce schéma, théorisé bien avant la présence d'Internet et l'existence des réseaux socionumériques, le réseau social consiste en un ensemble structuré de liens forts et de liens faibles, qui rend possible une action collective. Dans toute action partagée, il y a donc toujours un rapport entre des liens forts, motivés par une idéologie, un idéal ou une valeur collective, et les liens faibles, produits par la présence des corps rassemblés, qui donne de l'ampleur au mouvement.

Mais alors qu'en est-il de l'action collective dans le monde virtuel des réseaux socionumériques ? La sociabilité que permet Internet, bien qu'elle semble enfermer les individus dans leur espace privé, leur donne les moyens d'adhérer ou d'appartenir à une collectivité[3]. Mais comment définir cette nouvelle forme de collectivité ? À quel genre de collectif appartient-on désormais, et ce collectif lui-même peut-il encore agir, et de quelle manière ? Les réseaux socionumériques promeuvent la participation de leurs usagers – ils en dépendent même –, et la puissance de ce type de démocratisation, dans laquelle chacun agit, échange et participe, existe même, se situe précisément dans le pouvoir de réduire la collectivité numérique à l'autosuffisance d'une expression de soi. Selon Thomas Stenger, sur *Facebook* « *l'utilisateur exprime ses préférences et signifie à ses amis l'intérêt qu'il manifeste pour ce contenu. Cette démarche participe*

---

néanmoins subjectifs et dépendent de l'investissement d'un groupe envers une certaine valeur qui les réunit.

1. P. Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, *op. cit.*, p. 77.

2. *Ibid.*

3. Cf. S. Hugon, *Circumnavigations. L'imaginaire du voyage dans l'expérience Internet*, Paris, CNRS Éditions, 2010. Cité par Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, *op. cit.*, p. 85.

à un processus de mise en scène et de construction identitaire sur les réseaux socionumériques[1] ».

Dans ce réseau de liens faibles, un autre type de réseau se crée, qui consiste en une multitude de signes, croissante et changeante – des signes qui se réfèrent le plus souvent à la consommation, des marques, des produits, des lieux –, mais consiste aussi en relations sociales que permettent la transparence et la mise en scène des échanges. Il s'agit d'un outil de marketing, certes, mais tout autant de sociabilité et d'appartenance. Stenger parle de deux finalités du potentiel prescriptif des échanges sur les réseaux socionumériques : « *la prescription de la consommation et des marques dans une logique marketing, et la prescription de l'action collective sur les réseaux socionumériques*[2] ». Or, son analyse de cette deuxième finalité, celle de l'action collective, à vrai dire, ne dépasse pas l'extension du réseau où l'« action individuelle » se limite au mimétisme et à l'accumulation des données. Si l'on peut parler d'une action sur Internet, et tout particulièrement sur ces réseaux, c'est bien d'un acte de se réinventer sans cesse et de se mettre en scène aux regards des autres[3]. Mais ce qu'on montre aux autres n'est pas nécessairement une révélation de sa vie intime et de son espace privé, car « *l'identité numérique est moins un dévoilement qu'une projection de soi*[4]. » Il ne s'agit donc pas de dévoiler sa vie et son espace privés, mais plutôt de construire une nouvelle identité et un nouvel espace, situés entre le privé et le public. Tout signe identitaire partagé est déjà un « *signe relationnel*[5] », par lequel les usagers signalent ou manifestent aux autres leurs objets de désir qu'ils s'approprient et projettent. De plus, il s'agit non pas de deux identités opposées,

---

1. T. Stenger, « La prescription de l'action collective. Double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux socionumériques », in *Hermes*, n° 59 (« Ces réseaux numériques dits sociaux »), 2011, p. 128.
2. *Ibid.*, p. 129.
3. P. Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, *op. cit.*, p. 91.
4. D. Cardon, « L'identité comme stratégie relationnelle », in *Hermès*, n° 53 (« Traçabilité et réseaux »), p. 63.
5. *Ibid.*

l'une réelle, qui existe dans le monde physique, et l'autre fictive dans l'espace numérique, mais plutôt d'une coexistence des identités ou d'une « *rivalité*[1] » entre ces identités. Ce laboratoire identitaire, que constituent ces nouveaux médias, permet la construction intra-individuelle du sujet[2]. Avec une identité fragmentée, variable, en transformation continue et toujours mise en scène, le sujet cherche à se définir lui-même. À partir de cette mise en scène des apparences, l'individu tente de créer une semblance d'unité, en sélectionnant certaines qualités et en posant certains objectifs, en les composant aussi dans un ensemble qu'il appelle « manifeste ». Le sujet collectif des manifestes historiques se réduit désormais à l'individu, devenu lui-même et à lui seul un collectif. Autrement dit, dans les manifestes numériques, la collectivité des voix se retrouve au cœur du sujet lui-même. Elle est construite par le sujet, en forme de listes ou d'inventaires qui consistent en désirs, préférences et attributs. Le sujet numérique met en scène ses doubles ou avatars, par lesquels il se peuple et dans lesquels il se projette.

III.

Parmi les résultats d'une recherche du mot anglais « *manifesto* », sur Internet, une grande majorité se rapporte aux

---

1. F. Beau et O. Deseilligny, « Une figure du double numérique : l'avatar » (entretien), in *Hermès*, n° 53 (*op. cit*), 2009, p. 44. Voir aussi l'article de Dominique Cardon, « L'identité comme stratégie relationnelle », dans le même numéro de cette revue. Cardon décrit à la fois la fabrication de l'identité qui s'opère sur les réseaux socionumériques et le rôle que jouent la manipulation de l'identité projetée et ces jeux d'apparence dans le développement du réseau : « *Les* social network sites *(SNS) exploitent une double dynamique des processus d'individualisation des sociétés contemporaines : un processus de* subjectivation *qui conduit les personnes à extérioriser leur identité dans des signes qui témoignent moins d'un statut incorporé et acquis que d'une capacité à faire (écrire, photographier, créer…) ; et un processus de* stimulation *qui conduit les personnes à endosser une diversité de rôles exprimant des facettes multiples et plus ou moins réalistes de leur personnalité. Ces deux dynamiques contribuent à l'accélération et à la diversification des signes identitaires : statut civil, photos et vidéos, liste d'amis, de goûts, préférence politique, mais aussi pseudonymes, avatars et travestissements multiples*. » (p. 62).
2. P. Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, *op.cit.*, p. 91.

manifestes ou programmes individuels, qui exposent les objectifs de son auteur, mais qui ne cherchent plus de partisans pour les partager. Et si les manifestes historiques voulaient se démarquer d'un certain ordre social dominant, en dénonçant une crise sociale, en annonçant un changement, les « manifestes individuels », quant à eux, ne se rapportent qu'à des objectifs personnels ou professionnels d'un seul et même sujet, dont la forme ressemble à un *mode d'emploi* ou à un *inventaire*, que ce sujet expose aux spectateurs. S'exposer et s'exprimer par ce type de manifeste semble donc déjà représenter une fin en soi, et non plus un moyen pour atteindre un objectif. Un texte en guise de noyau, de « *curriculum vitae* » en quelque sorte, qui veut condenser les couches identitaires qui s'accumulent, se confrontent, mais aussi qui dispersent et désorientent le sujet.

Une telle situation nous permet de revenir à la définition de manifeste comme « inventaire », toujours en vigueur, on l'a vu, pour désigner la cargaison d'un navire, servant surtout de document de vérification à la douane. Les manifestes numériques individuels combinent cette conception de l'inventaire avec la signification contestataire des manifestes historiques. Afin de mieux cerner cette double fonction, prenons quelques exemples trouvés sur Internet.

Parmi le nombre étonnant de sites sur lesquels des individus présentent leurs propres manifestes, on voit souvent s'énumérer des critères empruntés aux manifestes historiques. Un de ces sites expose les raisons que tout un chacun aurait d'écrire son propre manifeste, suivi d'un formulaire en guise de modèle, ou disons là encore de mode d'emploi. Selon ce site, l'objectif d'un tel manifeste est de « *clarifier vos croyances* », « *d'examiner vos motivations* », « *de créer sa "politique" personnelle* », « *de décrire le monde dans lequel l'on souhaiterait vivre* » et « *de noter ses buts* ». Un objectif qui aurait pour effet principal de « *s'aider à considérer ce que l'on attend vraiment de sa vie* [1] ». On le voit donc clairement, ici

1. http://www.lifehack.org/articles/communication/why-everyone-should-write-a-manifesto.html. Je traduis.

aucune action n'est proposée à proprement parler, mais il s'agit plutôt d'une énumération de qualités et d'une analyse auto-réflexive. Le but de ce « développement personnel » est l'expression de soi, voire la maîtrise de soi, une construction identitaire bricolée, où l'autre tient une place secondaire. L'auteur du site le dit bien : « *Vous n'êtes pas obligé de partager votre manifeste avec qui que ce soit ; il n'est que pour vous tout seul*. »

Un autre site, *www.1000manifestos.com*, a pour objectif de rassembler littéralement mille manifestes. Parmi les deux cents manifestes déjà proposés par des internautes, l'on trouve un mélange de textes, d'images, de chansons, de documents historiques, aussi divers que le *Manifeste du parti communiste*, *la Déclaration de l'Indépendance* américaine, la chanson des stars revendiquant la paix dans le monde « We are the World », l'image de la swastika nazi, des modes d'emploi tel que l'*Étiquette de comportement sur Facebook*, et des textes publicitaires comme le « Manifeste des Chaussures Simples ». Qu'est-ce qui réunit des « manifestes » aussi différents ? Peut-on les considérer sur le même plan et à partir de la même définition ? L'auteur de ce site propose comme premier manifeste de sa liste, « *The Manifesto Manifesto* » (« Le manifeste pour les manifestes ») [1]. Il avance neuf principes pour définir un manifeste. Par exemple, les manifestes jouent le rôle de transition, d'une époque à une autre ; « *Les manifestes créent de nouveaux mondes* » ; « *Ils ne décrivent pas les choses, ils les créent en les énonçant* » ; « *Les manifestes sans action ne sont que des mots sur la page* ». De ces neuf principes énoncés par l'auteur, sept se distinguent à peine des définitions des manifestes historiques. Il s'agit, par exemple, d'un changement de situation, du caractère performatif du texte, ou encore de la nécessité d'agir collectivement. En revanche, le premier principe énoncé diverge des manifestes historiques, en ceci qu'il est censé représenter le « fondement » de l'individu, sur lequel se construit sa propre identité. Un autre site définit le manifeste individuel de manière plus ciblée encore. Il décrit l'expérience du monde

1. www.1000manifestos.com. Je traduis.

moderne comme « *un dégradé de gris* », où l'individualisme et le pluralisme semblent renverser les normes rigides et stables du passé [1]. Là encore, il est question de fondement, où le manifeste représente le noyau du sujet. Il s'agit donc de déclarer ses points de vue professionnels ou moraux, mais aussi sa vision sur les loisirs, son opinion sur les événements dans le monde – sous la forme d'un texte qui ressemble plus à un journal intime qu'à une déclaration manifestaire. Ce type de manifeste est indifférent aux idéologies et il ne fait pas appel aux autres, mais il ne fait que déclarer : « Voici qui je suis et ce que je représente » ! L'auteur du site continue : « *Il n'est pas nécessaire pour* [un manifeste] *de parler d'un thème particulier.* [2] » Il s'annonce « publiquement », sans pour autant avoir besoin de rassembler des adhérents, puisque le public se réduit aux seuls regards des autres, rendu possibles par les réseaux d'Internet. Perdus dans une base de données innombrables, ces manifestes sont accessibles, en toute liberté, par le simple fait d'une diffusion instantanée et continue, mais qui ne peuvent être lus que par accident.

Pourquoi et pour qui écrire un manifeste-inventaire ? L'on pourrait essayer de comprendre ce phénomène en le comparant à l'étendue communicationnelle et au pouvoir de manipuler la façon dont les autres nous voient sur les réseaux socionumériques. Il s'agit d'un véritable désir compulsif de signaler aux autres que l'on suit les tendances du moment [3]. Un geste qui se reproduit surtout par l'anodin, ou par l'insignifiant, en somme par tout ce qui demande peu d'engagement et pose peu de risque. L'objectif de cette mise en scène de soi, c'est bien de « marquer sa “petite différence” [4] ». On pourrait parler ici

1. www.lifeoptimizer.org/2012/01/20/how-to-write-a-manifesto/ Je traduis. « *There isn't a right or a wrong in modern society. Family norms have been established by reality TV. Ethical standards are eroded by the activities of political leaders.* »
2. *Ibid.* Je traduis. « *It doesn't have to be on a certain topic. A manifesto lays out what is important to someone and publically draws a line in the sand as to what they believe in and what they will do and not do.* ».
3. D. Cardon, « L'identité comme stratégie relationnelle », art. cit., p. 63.
4. *Ibid.*

à nouveau d'un paradoxe, car cette communication n'exhibe que des préférences et des goûts, en sélectionnant des options comme « j'aime » ou « je n'aime pas », plutôt que « je suis » ou « je ne suis pas ». La différence est en effet « petite » à l'échelle du flux des échanges continus. Et dans ce flux, qui échappe à la maîtrise du sujet, on retrouve un besoin de condenser, de réunir et de manifester « ce que je suis », au-delà des tendances, toujours transitoires et passagères. L'auteur de *www.lifeoptimizer.com* précise justement que le critère essentiel des manifestes-inventaires, c'est le besoin de se différencier et de se singulariser : « *Vous vous êtes mis au-dessus de la masse. Vous êtes un des seuls à savoir vraiment ce que vous représentez dans la vie. Vous ne laissez pas le vent de l'opinion publique vous désorienter comme un voilier sans gouvernail sur les vagues* […]. *Établissez vos principes et comment vous allez y* adhérer. *C'est de cela que sont faits les héritages. Vous le méritez.*[1] »

Si les réseaux socionumériques peuvent engendrer le plaisir[2] de se montrer sans cesse, de se mettre en scène, de se manifester par un flux continu de commentaires anodins, qui ne représentent que des appartenances passagères, ils permettent aussi au sujet d'être vu, d'être pris par « le vent » ou par les « vagues », qui nous échappent et qui surtout nous laissent désorientés, dispersés et morcelés. C'est par un inventaire de principes, de règles morales, un mode d'emploi de buts personnels et professionnels, que les auteurs de ces manifestes tentent de laisser une trace durable, un « héritage » à la postérité, au-delà du bricolage des identités produit par un échange anodin.

---

1. www.lifeoptimizer.org/2012/01/20/how-to-write-a-manifesto/ Je traduis et souligne.
2. Voir l'article de Judith Donath, « Signals in social supernets », in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), art. 12, 2007, http ://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html